

Marta Brewer*

Mikrotargetowanie polityczne – o możliwości wystąpienia polskiej wersji skandalu z udziałem Cambridge Analytica z 2016 r.

Political Microtargeting – on the Possibility of a Polish Version
of the American Cambridge Analytica Scandal from 2016

STUDIA I ANALIZY

Słowa kluczowe: mikrotargetowanie, wybory, Cambridge Analytica, system polityczny, dane osobowe

Key words: microtargeting, elections, Cambridge Analytica, political system, personal data

Abstrakt: Mikrotargetowanie polityczne, technika segmentacji rynku politycznego oparta na algorytmie pozwalającym na personalizację kampanii prezentowanej poszczególnym wyborcom, stosowane jest coraz częściej w kampaniach wyborczych na świecie. Kampania Donalda Trumpa z 2016 r. stanowi przykład jego wykorzystania w sposób naruszający dane osobowe i etycznie wątpliwy. Artykuł przygląda się temu, czy w Polsce możliwe jest użycie tego narzędzia w podobny sposób. W tym celu autorka dokonuje analizy porównawczej szeregu elementów składających się na rzeczywistość polityczną Stanów Zjednoczonych i Polski.

Abstract: The use of political microtargeting, a technique of political market segmentation based on an algorithm that allows personalising campaign materials catered to individual voters, is on the rise with political campaigns across the world. Trump's 2016 campaign provides an example of it being used in an ethically-questionable way that entails personal data infringement. The article looks at the possibility of using it in a similar way in Poland. To this end, the author presents a comparative analysis of a number of elements that make up the political landscapes of the United States and Poland.

* ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-9323-1476>; mgr, Uniwersytet Łódzki. E-mail: brewermarta@gmail.com.

Wstęp

Nowe technologie, w szczególności te związane z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, zwiększają obszar i natężenie swojego wpływu na życie i funkcjonowanie człowieka. Wpływ ten nie ominął także obszaru polityki oraz kluczowego dla demokracji mechanizmu wyborów. Wśród zjawisk, które wyrosły z zastosowania nowych technologii w procesie wyborczym, jest mikrotargetowanie polityczne: technika segmentacji rynku politycznego oparta na algorytmie, który pozwala na personalizację kampanii prezentowanej poszczególnym wyborcom.

Mikrotargetowanie opiera się na zabiegu tzw. eksploracji danych, który umożliwia na podstawie dużych zestawów danych konstruować za pomocą algorytmów modele prognostyczne dotyczące zachowań i prawidłowości w ludzkim postępowaniu¹. W zdobyciu danych pomagają tzw. ślady cyfrowe. Są to m.in. historie przeglądania, zapisy transakcji wykonanych za pośrednictwem Internetu, zdjęcia czy filmy, zapisy lokalizacji, nagrania rozmów telefonicznych czy typ języka używanego w mailach i mediach społecznościowych². Partie polityczne mogą sięgać po mikrotargetowanie, chcąc odnieść się do szeregu wyzwań stawianych przez zmieniające się realia³. Aby ich oferta pozostawała adekwatna do współczesnej rzeczywistości, partie muszą dostosować się do przejścia od polityki opartej na ideologii do tej opartej na konkretnych problemach⁴.

Celem badawczym artykułu jest określenie ram potencjalnego zagrożenia dla polskiego procesu demokratycznego, jakim są wybory, płynącego z mikrotargetowania politycznego. Nadużycia unaoczniane przez media zagraniczne rodzą pytania: dlaczego wykorzystanie tego zabiegu, w sposób naruszający dane osobowe, było możliwe w Stanach Zjednoczonych – czy państwo to posiada wyjątkowo sprzyjające temu uwarunkowania systemowe? Interesującym i potrzebnym zagadnieniem wydaje się być także pytanie, czy istnieje w Polsce możliwość jego wykorzystania w sposób zagrażający demokracji? Próba odpowiedzi na te pytania stanowi przyczynek do analizy porównawczej

¹ M. Kosiński, Y. Wang, H. Lakkaraju, J. Leskovec, *Mining Big Data to Extract Patterns and Predict Real-Life Outcomes*, «Psychological Methods» 2016, vol. 21, nr 4, s. 493.

² Tamże, s. 493.

³ G. Klaukka, S. Van der Staak, J. Valladares, *The changing nature of political parties and representation*, [w:] *The Global State of Democracy. Exploring Democracy's Resilience*, Sztokholm 2017, s. 98.

⁴ International Institute for Democracy and Electoral Assistance, *Digital Microtargeting*, www.idea.int/sites/default/files/publications/digital-microtargeting.pdf, s. 7 (2.03.2023).

szeregu czynników, które konstytuują systemy Stanów Zjednoczonych oraz Polski, ich powiązań ze zjawiskiem mikrotargetowania oraz ich możliwość amplifikowania czy też hamowania owego zabiegu.

Kampania wyborcza Donalda Trumpa z 2016 r. i skandal Cambridge Analytica

Prawdopodobnie najgłośniejszym dotychczas przykładem wykorzystania mikrotargetowania politycznego była kampania prezydencka Donalda Trumpa z 2016 r., przeprowadzona we współpracy z firmą analityczną Cambridge Analytica. Za pomocą aplikacji facebookowej *thisisyourdigitallife* Cambridge Analytica nielegalnie otrzymała dostęp do danych nawet 87 milionów użytkowników portalu, mimo że z samej aplikacji skorzystało jedynie 270 tysięcy użytkowników⁵. Na podstawie uzyskanych informacji analitycy zidentyfikowali za pomocą algorytmów 13,5 miliona wyborców w szesnastu stanach, którzy mogli zostać przekonani do głosowania na Donalda Trumpa. Były to tzw. *swing states*, w których nie ma ugruntowanej przewagi żadnego ugrupowania politycznego⁶. Polegając na technikach mikrotargetowania, dostosowano treść wysyłanych maili i wyświetlających się na Facebooku reklam do podgrup wyborców.

Kampania Donalda Trumpa z 2016 r. okazała się skuteczna i pozwoliła odnieść mu zwycięstwo. Warto jednak podkreślić, że to Hillary Clinton zdobyła ilościowo więcej głosów (tj. w wyborach powszechnych): zagłosowało na nią łącznie 62 523 126 wyborców, podczas gdy na Donalda Trumpa głos oddało 61 201 031 osób⁷. Z uwagi na przyjęty w Stanach Zjednoczonych system wyborczy wybory prezydenckie wygrywa kandydat z największą liczbą głosów elektorskich. W czterech stanach, w których Trump odniósł zwycięstwo: w Michigan, Wisconsin, Pensylwanii oraz we Florydzie, jego przewaga wyniosła mniej niż 2 punkty procentowe. Gdyby to Clinton zwyciężyła w trzech z nich: Michigan, Wisconsin i Pensylwanii, odniosłaby zwycięstwo w wyborach prezydenckich⁸. Można zatem uznać, że o wygranej Trumpa zadecydowała grupa

⁵ D. Ingram, *Facebook says data leak hits 87 million users, widening privacy scandal*, www.reuters.com/article/us-facebook-privacy/facebook-says-data-leak-hits-87-million-users-widening-privacy-scandal-idUSKCN1HB2CM/ (2.03.2023).

⁶ J. Bartlett, *The People Vs Tech: How the internet is killing democracy (and how we save it)* [e-book], b.m.w., 2018, loc. 734.

⁷ *2016 Presidential Election Results*, www.politico.com/2016-election/results/map/president/ (2.03.2023).

⁸ T. Meko, D. Lu, L. Gamio, *How Trump Won the Presidency With Razor-Thin Margins In Swing States*, www.washingtonpost.com/graphics/politics/2016-election/swing-state-margins/ (2.03.2023).

zaledwie 107 tysięcy wyborców, która przesądziła o wyniku we wspomnianych stanach. Z punktu widzenia amerykańskiej kampanii nie jest więc istotne, by zwyczajnie walczyć o większość głosów, ponieważ nie zawsze przekłada się ona na zwycięstwo. Istotna jest walka o większość głosów w kluczowych stanach: to dlatego szczegółowa wiedza na temat wyborców w wybranych lokalizacjach okazała się tak istotna i właśnie to uczyniło mikrotargetowanie kluczowym elementem w zwycięskiej kampanii Trumpa.

Czynniki warunkujące wykorzystanie mikrotargetowania politycznego

Skala możliwego wykorzystania mikrotargetowania politycznego oraz występowania pola do naruszenia prywatności powiązana jest z pewnym zespołem uwarunkowań, które powodują, że zabieg jest mniej lub bardziej przydatny w osiąganiu celów politycznych. Na potrzeby analizy porównawczej Polski oraz Stanów Zjednoczonych wyróżniam następujące uwarunkowania:

- system partyjny,
- ordynacja wyborcza,
- system polityczny i wynikająca z niego pozycja ustrojowa organów,
- sposób i skala finansowania partii oraz kampanii politycznych,
- prawna ochrona prywatności obywateli, w tym przede wszystkim praw związane z ochroną danych osobowych.

System wyborczy w Stanach Zjednoczonych a w Polsce

Pierwszym z czynników, który sprawia, że mikrotargetowanie w Stanach Zjednoczonych jest bardzo przydatnym zabiegiem, jest występujący w tym państwie system większościowy⁹.

W Stanach Zjednoczonych w wyborach prezydenckich obywatele głosują *de facto* na członków Kolegium Elektorów. Liczba elektorów przypadająca na stan jest zależna od wielkości danego stanu. Następnie elektorzy wyłonieni przez wyborców głosują na kandydata wyłonionego uprzednio w prawyborach przez delegatów na konwencji partii. W przypadku wyborów przedstawicieli do Izby Reprezentantów głosowanie odbywa się w 435 jednomandatowych okręgach wyborczych, zgodnie z zasadą *first-past-the-post*. Według A. Żukowskiego

⁹ A. Krasnowolski, *Koncepcje systemów wyborczych*, Warszawa 2010, www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/90/plik/ot-578-2.pdf, s. 5 (2.03.2023).

do zalet systemu większościowego zaliczyć można przede wszystkim jego prostotę, a także stabilność, możliwość usuwania partii skrajnych i związaną z nim bardziej spersonalizowaną kampanię¹⁰. A. Żukowski wymienia także szereg wad systemu większościowego, z deformacją poparcia na czele¹¹ – dochodzi do „nadreprezentacji” i „niedoreprezentowania” kandydatów, co może prowadzić do sytuacji, w której zwycięski kandydat/partia otrzymuje większą liczbę mandatów, niż wynikałoby to z procentowego udziału oddanych głosów.

W Polsce także mamy do czynienia z systemem wyborczym większościowym: dotyczy on wyborów prezydenckich, które odbywają się co 5 lat. Senatorów zaś wyłania się co 4 lata w 100 jednomandatowych okręgach wyborczych, zgodnie z zasadą *first-past-the-post*. Jednak w przypadku wyborów do izby pierwszej polskiego ciała ustawodawczego – Sejmu, a także w wyborach wyłaniających polskich reprezentantów w Parlamencie Europejskim, stosowany jest system wyborczy proporcjonalny. Jak pisze A. Żukowski, istotą systemu proporcjonalnego jest pojęcie reprezentacji: podział mandatów ma odpowiadać stosunkowi ogółu głosów zdobytych przez kandydatów lub daną listę¹². Do zalet tego systemu zaliczyć możemy możliwość wprowadzenia w życie idei proporcjonalnego odwzorowania preferencji, lepsze zapewnienie równości siły głosu, zmniejszenie liczby głosów straconych, zapobieganie tyranii, sprzyjanie prodemokratycznym przemianom ewolucyjnym czy budowanie konsensualnego modelu rywalizacji. W państwach o ugruntowanym systemie demokratycznym jest związany z wyższą przeciętnie o 10% frekwencją wyborczą¹³. System proporcjonalny posiada jednak także wady: prowadzi do trudności w utworzeniu trwałej koalicji, zmniejsza poziom personalizacji czy prowadzi niekiedy do odgrywania przez mniejsze partie nadmiernej roli politycznej oraz potrafi rozproszyć odpowiedzialność decydentów.

Zasadnicza różnica pomiędzy systemami wyborczymi Stanów Zjednoczonych oraz Polski leży zatem w wyborach do izby pierwszej ciała ustawodawczego: w Stanach Zjednoczonych odbywają się w systemie większościowym, podobnie jak większość wyborów na inne funkcje polityczne w tym państwie, zaś w Polsce posłów wybiera się zgodnie z zasadami proporcjonalności, podobnie jak w przypadku wyborów do Parlamentu Europejskiego oraz niektórych wyborów do organów samorządowych. W systemie proporcjonalnym

¹⁰ A. Żukowski, *Dylematy wyboru systemu wyborczego we współczesnych demokracjach – kontekst ordynacji do Sejmu i Senatu RP*, «Studia Wyborcze» 2010, t. IX, s. 16.

¹¹ Tamże, s. 20.

¹² Tamże, s. 26.

¹³ B. Banaszak, *Zalety i wady systemu proporcjonalnego* [tekst wykładu im. prof. Komarnickiego zorganizowanego przez Centrum Studiów Wyborczych Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu], Toruń 2008, s. 8–9.

mikrotargetowanie może nie dawać znaczących wyników, ponieważ dotarcie do niewielkiej części populacji nie ma tak dużego potencjału odmienienia całościowego wyniku, jak w przypadku systemu większościowego.

System większościowy w wydaniu amerykańskim jest narażony na zagrożenia w postaci *gerrymanderingu*, czyli praktyki ustalania granic okręgów wyborczych w taki sposób, by uzyskać przewagę konkretnej opcji politycznej lub kandydata. Jest to możliwe z uwagi na to, że w Stanach Zjednoczonych kształt okręgów ustalany jest przez aktualną władzę i nie wynika z aktu prawnego rangi konstytucyjnej. Jeśli mamy do czynienia nie z ordynacją proporcjonalną, lecz z ordynacją większościową w systemie *first-past-the-post*, gdzie w danym okręgu jednomandatowym zwycięża kandydat z największą liczbą głosów, niektóre grupy wyborców mogą okazać się kluczowe dla kampanijnej taktyki. Mikrotargetowanie może być w takich miejscach bardzo przydatne, szczególnie w przypadku okręgów, które nie mają ugruntowanej tradycji głosowania na konkretną partię lub kandydata¹⁴.

System partyjny w Stanach Zjednoczonych a w Polsce

W państwach demokratycznych istnieje ścisły związek między systemem wyborczym a systemem partyjnym. Pisał o tym francuski politolog M. Duverger, który sformułował prawo nazwane jego nazwiskiem: według prawa Duvergera system większości względnej w okręgach jednomandatowych przyczynia się do powstawania systemu dwupartyjnego; i analogicznie: system proporcjonalny przyczynia się do powstawania systemów wielopartyjnych¹⁵. Tendencję tę potwierdzają przypadki zarówno Stanów Zjednoczonych, jak i Polski. W Stanach Zjednoczonych na scenie politycznej istnieją dwaj dominujący gracze: Partia Republikańska i Partia Demokratyczna. Charakter wyborczy partii oraz federalna struktura państwa oraz specyfika rządów doprowadziły do zdecentralizowania struktur obu partii¹⁶. W przypadku systemu dwupartyjnego nawet małe zmiany w rozkładzie preferencji wyborców mogą mieć decydujący wpływ na wynik wyborów¹⁷.

W Polsce funkcjonuje system wielopartyjny. Występuje on wówczas, gdy realne szanse na zdobycie władzy ma kilka partii politycznych i może występować konieczność tworzenia koalicji z uwagi na brak większości pozwalającej

¹⁴ *International Institute...*, s. 13 (2.03.2023).

¹⁵ B. Groffman, A. Blais, S. Bowler, *Duverger's Law of Plurality Voting*, Nowy Jork 2009, s. 1–2.

¹⁶ J. Świeca, *Współczesne systemy demokratyczne*, cz. I, Kielce 2003, s. 57.

¹⁷ J. Haman, *Większościowy system wyborczy: oczekiwania, ograniczenia, rozwiązania alternatywne*, «Decyzje» 2005, nr 4, s. 7–8.

na samodzielne sprawowanie władzy¹⁸. Wybory parlamentarne z 2019 roku ugruntowały tendencję wysuwania się na czoło w polskim systemie partyjnym partii dominującej: Prawo i Sprawiedliwość, partia określana mianem konserwatywnej, uzyskała 43,59% głosów, co przełożyło się na uzyskanie 235 mandatów, czyli 51,09% ich łącznej liczby¹⁹.

Dwupartyjny system funkcjonujący w Stanach Zjednoczonych oznacza potencjalnie silniejszą i stabilniejszą władzę niż w przypadku systemu wielopartyjnego Polski, w którym władza oraz odpowiedzialność może ulec rozproszeniu. Polski system oferuje jednak większe możliwości reprezentacji poszczególnych grup. Amerykański system dwupartyjny z partiami o fluktuującym, lecz dość zbliżonym poparciu, w połączeniu z dominacją systemu wyborczego większościowego, oznacza, że bez głębszej analizy panujących nastrojów w społeczeństwie przewidzenie wyników wyborów może okazać się zadaniem trudnym. Dwie partie zawierając będą większy i bardziej różnorodny przekrój kandydatów, niż ma to miejsce w scenariuszu, w którym istnieje wiele partii mogących pozwolić sobie na ideologiczne zawężenie i bliższe określenie wyznawanych przekonań. Ten trend wiąże się z możliwością wystąpienia wspomnianych już *swing states*, gdzie nie ma ugruntowanej przewagi żadnego ugrupowania politycznego i wyborcy mogą być przeciągani za pomocą spersonalizowanej kampanii. System wielopartyjny w Polsce może oferować szerszy wybór i możliwość doboru partii/kandydata przez wyborcę, bez potrzeby dokładniejszego dostosowywania oferty politycznej w przekazie partii/kandydata, choć oczywiście tu także występują partie i kandydaci o charakterze *catch-all*.

System polityczny w Stanach Zjednoczonych a w Polsce

Kolejnym czynnikiem, który sprawił, że mikrotargetowanie polityczne na dużą skalę było tak przydatnym narzędziem w amerykańskich wyborach prezydenckich, była silna pozycja prezydenta w Stanach Zjednoczonych. Ta związana jest z występującym tam systemem wyborczym oraz partyjnym²⁰. Według A. Lijpharta system polityczny w Stanach Zjednoczonych opiera się na trzech

¹⁸ A. Stelmach, *System partyjny*, [w:] A. Stelmach, S. Zyborowicz (red.), *Współczesne instytucje polityczne Polski*, Poznań 1993, s. 60.

¹⁹ *Wyniki wyborów 2019 do Sejmu RP*, sejmsenat2019.pkw.gov.pl/sejmsenat2019/pl/wyniki/sejm/pl (2.03.2023).

²⁰ A. Antoszewski, *Typologia reżimów politycznych: parlamentaryzm i prezydenjalizm*, [w:] A. Antoszewski, R. Herbut (red.), *Demokracje zachodnioeuropejskie. Analiza porównawcza*, Wrocław 2008, s. 319.

filarach: wyborze głowy państwa w drodze wyborów powszechnych, konstytucyjnym umocowaniu jej władzy na określony czas oraz w jednoosobowości egzekutywy²¹. Model amerykański opiera się zatem na monolitycznej egzekutywie, której rolę pełni prezydent, oraz na separacji władzy wykonawczej od władzy ustawodawczej, której rolę pełni dwuizbowy Kongres²². W wymiarze funkcjonalnym separacja ta oznacza brak instytucji kontroli parlamentu nad prezydentem. Prezydent Stanów Zjednoczonych nie odpowiada bezpośrednio przed parlamentem²³, jednak może zostać postawiony w stan oskarżenia przez parlament w procesie zwanym *impeachmentem*. Władzę ustawodawczą w Stanach Zjednoczonych opisuje artykuł pierwszy Konstytucji. Jest nią Kongres – dwuizbowy twór składający się z Izby Reprezentantów oraz Senatu. Aby uchwalić akt prawny i przesłać go prezydentowi do podpisu, zarówno Izba, jak i Senat muszą uchwalić ten sam projekt większością głosów.

Według Vile'a największą zaletą systemu prezydenckiego jest wytworzenie przez rozdział władzy wykonawczej i ustawodawczej wewnętrznego systemu wzajemnej kontroli, który pomaga chronić prawa i wolności jednostek²⁴, stając na przeszkodzie partykularnym interesom polityków. Ponadto prezydenccjalizm oferuje rządy stabilne, ponieważ głową egzekutywy jest prezydent pochodzący z bezpośredniego wyboru, nie zaś – jak w systemach parlamentarno-gabinetowych – z wyboru organu prawodawczego i nie może być przez ten organ odwołany.

W Polsce mamy do czynienia z innym reżimem politycznym niż prezydencki. Według J. Kucińskiego w Konstytucji z 1997 r. nie przyjęto w pełni żadnego z klasycznych modeli rządów. Pojawia się w niej szereg rozwiązań: 1) klasyczne, zaczerpnięte z parlamentarnego systemu rządów, 2) przejęte z parlamentaryzmu zracjonalizowanego oraz z systemu prezydenckiego, 3) rodzime, wynikające z naszej tradycji konstytucyjnej²⁵. W Polsce władza wykonawcza nie jest monolityczna; egzekutywę tworzy Prezydent oraz Rada Ministrów z Prezesem Rady Ministrów na jej czele. Art. 133 Konstytucji określa, że Prezydent jest reprezentantem państwa w stosunkach zewnętrznych, zaś artykuł 134 nazywa go najwyższym zwierzchnikiem Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej. Prezydent posiada inicjatywę ustawodawczą, jednak w kwe-

²¹ A. Lijphart, *Presidentialism and Majoritarian Democracy: Theoretical Observations*, [w:] G. Szoboszlai (red.), *Democracy and Political Transformation. Theories and East-Central European Realities*, Budapeszt 1991, s. 82.

²² J.-L. Quermonne, *Les régimes politiques occidentaux*, Paryż 2000, s. 134.

²³ A. Antoszewski, *Typologia reżimów politycznych...*, s. 319.

²⁴ M.J.C. Vile, *Constitutionalism and the Separation of Powers*, Indianapolis 1998, s. 408.

²⁵ J. Kuciński, *System rządów Rzeczypospolitej Polskiej w świetle Konstytucji z 1997 r. (Prolegomena)*, «Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego – Seria prawnicza» 2016, nr 94 (Prawo 19), s. 77.

stii legislacji jest zdecydowanie mniej skuteczny niż jego amerykański odpowiednik. Artykuł 144 Konstytucji określa, że Prezydent „korzystając ze swoich konstytucyjnych i ustawowych kompetencji, wydaje akty rządowe”, które to wymagają dla swojej ważności podpisu Prezesa Rady Ministrów odpowiadającego przed Sejmem. Wyjątkiem są prerogatywy, czyli akty rządowe, których wydanie nie wymaga kontrasygnaty premiera.

Można dokonać eksperymentu myślowego i przełożyć casus zwycięstwa Donalda Trumpa w 2016 r. na polskie realia drugiej tury wyborów prezydenckich z lipca 2020 r. Biorąc pod uwagę, że zwycięstwo Trumpa przypieczętowała grupa 107 tys. wyborców w kluczowych stanach, możemy określić, że decydującą o sukcesie okazała się być grupa zaledwie 0,086% wszystkich wyborców. W wyborach prezydenckich w Polsce w 2020 r. głos oddało 20 636 635 wyborców²⁶. 0,086% tej liczby wyborców to ok. 17 693 osób. Z uwagi na brak Kolegium Elektorów w Polsce, niespełna 18 tys. osób to grupa, która byłaby decydująca jedynie w momencie niespotkanie małej różnicy głosów, jak już zostało wykazane, w tym przykładzie byłaby to różnica na poziomie 0,086%. W III RP zwycięstwo najmniejszą przewagą głosów w drugiej turze odniósł Andrzej Duda właśnie w wyborach prezydenckich w 2020 r., kiedy o jego zwycięstwie przesądziło 422 385 głosów, czyli 2,06%. Gdyby to taki procent głosów miał przesądzić o wygranej Trumpa w 2016 r., o wynikach decydowałaby wtedy grupa 2,5 miliona osób, a więc przeszło 23 razy więcej. Jeśli mowa zaś o 23-krotnie większej grupie tych, których głosy są kluczowe, koszty odpowiedniego targetowania tych wyborców rosną, a sam zabieg staje się odpowiednio mniej efektywny. Personalizacja kampanii prezydenckiej w Polsce również może pozwolić uzyskać lepszy wynik wyborczy, jednak nie będzie to równie znaczący efekt, jak w Stanach Zjednoczonych.

Finansowanie kampanii i wydatki na reklamę w Stanach Zjednoczone a w Polsce

W Stanach Zjednoczonych kampanie finansowane są z różnych źródeł. W wyborach prezydenckich w Stanach Zjednoczonych z 2016 r. kampania Hillary Clinton uzyskała wsparcie finansowe na poziomie 623 milionów dolarów, zaś Donalda Trumpa 334 milionów dolarów²⁷. Wliczając dodatkowo pieniądze z partii oraz tzw. „Super PACs”, czyli grup wspierających kandydatów,

²⁶ Polska Komisja Wyborcza, *Wybory Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej 2020 r.*, wybory.gov.pl/prezydent20200628/ (2.03.2023).

²⁷ *How much money is behind each campaign?*, www.washingtonpost.com/graphics/politics/2016-election/campaign-finance/ (2.03.2023).

Clinton dysponowała budżetem w wysokości 1,4 miliarda dolarów, zaś Trump niecałym miliardem dolarów. Według danych pochodzących ze spisu wydatków kampanijnych prowadzonego przez Federalną Komisję Wyborczą, między 29 lipca 2016 r. a 12 grudnia 2016 r. komitet wyborczy *Donald J. Trump for President* przekazała firmie Cambridge Analytica 5 płatności o łącznej sumie 5 912 500 dolarów²⁸.

W Polsce partie polityczne nie dysponują tak dużymi budżetami, jak ich amerykańskie odpowiedniki. Przyczyn tej różnicy jest kilka: Polska i Stany Zjednoczone różnią się wysokością PKB według parytetu siły nabywczej: w przeliczeniu na jednego mieszkańca Stanów Zjednoczonych wynosi ono 69,28 tys. dolarów, zaś w Polsce 37,84 tys. dolarów (stan na 2021 r.)²⁹. W Europie panuje ponadto inna kultura polityczna w zakresie finansowania partii³⁰. Co więcej, kodeks wyborczy w Polsce określa limity wydatków komitetów wyborczych. Według artykułu 327 oraz 337 tego dokumentu wysokość limitu wydatków na kampanię wyborczą w wyborach prezydenckich oraz do Parlamentu Europejskiego wyznaczona jest kwotą 64 groszy przypadającą na każdego wyborcę ujętego w rejestrze wyborców³¹.

Wzbogacanie kampanii wyborczej o elementy nowoczesnej taktyki marketingowej, takie jak mikrotargetowanie, wiąże się ze wzrostem wydatków, jednak sam koszt reklam na Facebooku nie powinien stanowić przeszkody. Jednocześnie zabieg mikrotargetowania przynosi korzyści dla kampanii niekoniernie z uwagi na zasięg materiałów, tylko dzięki temu, że dokonano uprzednio rzetelnej analizy elektoratu i zastosowano odpowiednie algorytmy. Należy jednak pamiętać, że kształt polskich kampanii politycznych nadają narzucone przez Państwową Komisję Wyborczą limity wydatków na kampanię. Istnieje możliwość zmiany rozkładu kosztów na poszczególne narzędzia marketingu politycznego, jednak przesunięcie tych nakładów zawsze odbędzie się kosztem tradycyjnych metod marketingowych. Aspekt finansowy zdaje się być zatem mniej różnicującym Stany Zjednoczone i Polskę, niż te uprzednio omówione; nieporównanie większe zasoby finansowe przeznaczane na kampanię w Sta-

²⁸ *Donald Trump and Cambridge Analytica Disbursements*, www.fec.gov/data/disbursements/?data_type=processed&committee_id=C00580100&recipient_name=cambridge+analytica&two_year_transaction_period=2016&min_date=01%2F01%2F2015&max_date=12%2F31%2F2016 (2.03.2023).

²⁹ Development Indicators database, World Bank, Eurostat-OECD PPP, *GDP per capita, PPP (current international \$)*, data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD (2.03.2023).

³⁰ M. van Klingeren, M. Orozco, J. van Spanje, C. de Vreese, *Party financing and referendum campaigns in EU Member States*, Amsterdam 2015, [www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/519217/IPOL_STU\(2015\)519217_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/519217/IPOL_STU(2015)519217_EN.pdf), s. 24–25 (2.03.2023).

³¹ *Kodeks wyborczy*, pkw.gov.pl/uploaded_files/1566220388_kodeks_wyborczy_-_2019_10_08.pdf (2.03.2023).

nach Zjednoczonych dają jednak możliwość bardziej wnikliwego badania elektoratu i rozwijania narzędzi marketingowych, wprowadzając nową, niespotykaną wcześniej skalę ich zastosowania.

Ochrona danych osobowych w Stanach Zjednoczonych a w Polsce

Istotny element analizy stanowi kwestia, czy istnieje w Polsce możliwość naruszenia danych osobowych w takim stopniu, jaki miał miejsce w przypadku skandalu Cambridge Analytica. Choć skala nadużycia pomnaża stopień niebezpieczeństwa z niego wynikającego, każde pole do naruszenia prywatności jest zjawiskiem wysoce niepożądanym.

Po wyjściu na jaw skandalu Cambridge Analytica niektórym użytkownikom Facebooka, których dane zostały wykorzystane przez spółkę, udało się uzyskać dostęp do tych danych³². Powołali się oni na Data Protection Act of 1998 (23 maja 2018 zastąpiony przez Data Protection Act of 2018, zgodnym z unijnym Ogólnym rozporządzeniem o ochronie danych osobowych) – brytyjski akt prawny o ochronie danych osobowych³³. Według tego aktu osoba ma prawo uzyskać dostęp do danych, które zebrała na jej temat spółka zarejestrowana w Wielkiej Brytanii (czyli właśnie np. Cambridge Analytica) także, jeśli sama nie posiada brytyjskiego obywatelstwa.

Osoby starające się uzyskać dostęp do swoich danych musiały skorzystać z zagranicznego aktu prawnego, ponieważ amerykańskie prawo nie oferowało im takiej możliwości. Istniejące w Stanach Zjednoczonych regulacje dotyczące prywatności są w wielu przypadkach niedostosowane do współczesnych realiów. W Stanach Zjednoczonych już na przełomie XIX i XX wieku zauważono potrzebę stworzenia prawnej ochrony prywatności. Większość stanów z biegiem czasu przyjęła istnienie tzw. „deliktów” (*privacy torts*)³⁴. Delikty te stały się fundamentem dla budowania dalszych regulacji. Do dziś mówi się jednak o istnieniu tzw. „prawa do prywatności” w Stanach Zjednoczonych³⁵. Pojęcie to nawiązuje do opinii, że choć prawo do prywatności jest w Stanach Zjednoczo-

³² J.B. Merrill, *How to Wrestle Your Data From Data Brokers, Silicon Valley — and Cambridge Analytica*, www.propublica.org/article/how-to-wrestle-your-data-from-data-brokers-silicon-valley-and-cambridge-analytica (2.03.2023).

³³ *Data Protection Act of 1998*, www.legislation.gov.uk/ukpga/1998/29/contents (2.03.2023).

³⁴ D.J. Solove, *A Taxonomy of Privacy*, «University of Pennsylvania Law Review» 2006, vol. 154, nr 3, s. 482.

³⁵ J. Greene, *The So-Called Right to Privacy*, «Faculty Scholarship Archive», Columbia 2010, scholarship.law.columbia.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1692&context=faculty_scholarship, s. 715 (2.03.2023).

nych doktrynalnie przyjęte, nie jest chronione konstytucyjnie, mimo że jego istnienie jest implikowane w pierwszej, trzeciej, czwartej, piątej i dziewiątej poprawce do Konstytucji Stanów Zjednoczonych. Wszelkie regulacje dotyczące prywatności zawarte w Konstytucji odnoszą się jednak w domyśle do ochrony prywatności przed ingerencją państwa, nie zaś podmiotów prywatnych.

Oprócz rozmytej definicji samej prywatności w Stanach Zjednoczonych nie ma na poziomie federalnym ogólnego, ujednoliconego prawa ochrony danych osobowych³⁶. Istnieje „mozaika przepisów sektorowych”, które regulują kwestie danych osobowych w określonych obszarach. Poszczególne stany posiadają pewną formę prawnej ochrony przeciw naruszeniu danych osobowych, jednak według amerykańskiej organizacji non-profit *Council on Foreign Relations* istniejące regulacje są niewystarczające, by zapewnić bezpieczeństwo danym³⁷.

W Polsce prawo do ochrony prywatności określa artykuł 47 Konstytucji: „Każdy ma prawo do ochrony prawnej życia prywatnego, rodzinnego, czci i dobrego imienia oraz do decydowania o swoim życiu osobistym”³⁸. Chroni je również artykuł 8 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka: „Każdy ma prawo do poszanowania swojego życia prywatnego i rodzinnego, swojego mieszkania i swojej korespondencji.” W kwestii ochrony danych osobowych w państwach Unii Europejskiej, w tym także w Polsce, obowiązuje od 25 maja 2018 r. *Ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych* (dalej: RODO). Punkt 26. rozporządzenia określa, że zasady ochrony danych powinny mieć zastosowanie do wszelkich informacji o zidentyfikowanych osobach fizycznych, a także do informacji o możliwych do zidentyfikowania osobach fizycznych (danych osobowych spseudonimizowanych)³⁹. Przepisy mają zastosowanie do przetwarzania danych osobowych w związku z działalnością podmiotów przetwarzających w Unii, niezależnie od tego, czy przetwarzanie odbywa się w Unii⁴⁰.

Facebook także musi stosować się do założeń RODO jako administrator danych osób zamieszkujących teren Unii Europejskiej. Poza tym, choć główna siedziba Facebooka (Meta) zlokalizowana jest w Stanach Zjednoczonych, spółka do grudnia 2022 r. miała także europejską siedzibę w Republice Irlandii.

³⁶ S.P. Mulligan, C.D. Linebaugh, W.C. Freeman, *Data Protection and Privacy Law: An Introduction*, fas.org/sgp/crs/misc/IF11207.pdf, s. 1 (2.03.2023).

³⁷ N. O'Connor, *Reforming the U.S. Approach to Data Protection and Privacy*, <https://www.cfr.org/report/reforming-us-approach-data-protection> (2.03.2023).

³⁸ *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, 1997, art. 47.

³⁹ *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych)*, s. 5.

⁴⁰ Tamże, s. 32.

dii, państwie członkowskim Unii Europejskiej⁴¹. Ponadto, Facebook przystąpił dobrowolnie do Porozumienia w sprawie Tarczy Prywatności UE-USA, które reguluje transatlantycki przepływ danych osobowych w celach komercyjnych i ma służyć kontroli nad tym, czy odbywa się on zgodnie z unijnym prawem⁴².

Choć stała kontrola nad postępowaniem takich gigantów technologicznych, jak Facebook, nie jest możliwa, państwa członkowskie Unii Europejskiej posiadają bardziej nowoczesne, klarowne i ujednoczone narzędzia prawne, które chronią dane osobowe oraz umożliwiają kontrolę nad ich przetwarzaniem, niż mieszkańcy Stanów Zjednoczonych. Zwiększona kontrola oraz możliwość nałożenia kar sprawia, że mikrotargetowanie polegające na naruszeniu danych osobowych obecnie jest w Unii Europejskiej, także w Polsce, niebezpiecznym zabiegiem. W Stanach Zjednoczonych prawo ochrony danych osobowych, jawiące się jako ważny element dla zachowania prywatności, pozostaje niewystarczająco ujednoczone.

Podsumowanie

Na podstawie analizy porównawczej Polski i Stanów Zjednoczonych można wysnuć wniosek, że wykorzystanie mikrotargetowania politycznego na taką skalę i w taki sposób, w jaki zrobiła to Cambridge Analytica w kampanii Donalda Trumpa z 2016 r., było możliwe z powodu wystąpienia szeregu sprzyjających temu uwarunkowań. System wyborczy większościowy, system dwupartyjny, silna rola prezydenta wynikająca z systemu prezydenckiego, model finansowania kampanii niezakładający ograniczeń wydatków oraz możliwość pozyskania ogromnego wsparcia finansowego, składają się na wyjątkowo korzystny scenariusz dla użycia mikrotargetowania politycznego jako narzędzia marketingowego w kampanii. Przy wystąpieniu tych sprzyjających uwarunkowań zabieg jest niezwykle przydatny i możliwy do wykonania na dużą skalę. Dodatkowo, brak ujednoczonego prawa chroniącego dane osobowe i niewystarczająca kontrola sprawiły, że mogło dojść do pozyskania potrzebnych danych w sposób, który zwiększył zasięg metody, kosztem naruszenia prywatności.

Polskie warunki: mniejszy zakres występowania ordynacji większościowej obok proporcjonalnej, system wielopartyjny, słabsza pozycja ustrojowa prezydenta oraz ograniczenia w finansowaniu kampanii sprawiają, że mikrotarge-

⁴¹ G. Corfield, *Meta abandons part of new European HQ in Dublin after sweeping job cuts*, <https://www.telegraph.co.uk/business/2022/12/08/meta-abandons-new-european-hq-dublin-sweeping-job-cuts/> (2.03.2023).

⁴² *Commercial sector: EU-US Privacy Shield*, ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/international-dimension-data-protection/eu-us-data-transfers_en (2.03.2023).

towanie polityczne nie jawi się jako tak przydatny zabieg jak w Stanach Zjednoczonych. Potencjał do nadużyć wydaje się być mniejszy, nie tylko za sprawą relatywnie małej skali, w jakiej jego stosowanie jawi się jako zabieg przydatny kampanii, ale także tego, że prawna ochrona danych osobowych w Polsce jest lepiej przygotowana na współczesne wyzwania. Nie jest to jednak równoznaczne z tym, że polskiej demokracji nie grożą pośrednio konsekwencje stosowania tego narzędzia w innych krajach. Choć aktualnie ciężko wyobrazić sobie polskie wydanie amerykańskiego skandalu, nie możemy wykluczyć wzrostu obecności tego rozwiązania w polskich kampaniach politycznych w przyszłości oraz prób jego nadużycia, nawet jeśli będzie to nadużycie na mniejszą skalę.

Bibliografia

- 2016 Presidential Election Results, www.politico.com/2016-election/results/map/president/.
- Antoszewski A., *Typologia reżimów politycznych: parlamentaryzm i prezydenjalizm*, [w:] A. Antoszewski, R. Herbut (red.), *Demokracje zachodnioeuropejskie. Analiza porównawcza*, Wrocław 2008.
- Bartlett J., *The People Vs Tech: How the internet is killing democracy (and how we save it)* [e-book], b.m.w. 2018.
- Blais A., Bowler S., Groffman B., *Duverger's Law of Plurality Voting*, Nowy Jork 2009.
- Freeman W.C., Linebaugh C.D., Mulligan S.P., *Data Protection and Privacy Law: An Introduction*, fas.org/sgp/crs/misc/IF11207.pdf.
- Gamio L., Lu D., Meko T., *How Trump Won the Presidency With Razor-Thin Margins In Swing States*, washingtonpost.com/graphics/politics/2016-election/swing-state-margins/.
- Greene J., *The So-Called Right to Privacy*, «Faculty Scholarship Archive», Columbia 2010, scholarship.law.columbia.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1692&context=faculty_scholarship.
- Haman J., *Większościowy system wyborczy: oczekiwania, ograniczenia, rozwiązania alternatywne*, «Decyzje» 2005, nr 4.
- Ingram D., *Facebook says data leak hits 87 million users, widening privacy scandal*, reuters.com/article/us-facebook-privacy/facebook-says-data-leak-hits-87-million-users-widening-privacy-scandal-idUSKCN1HB2CM.
- International Institute for Democracy and Electoral Assistance, *Digital Microtargeting*, Sztokholm 2008, idea.int/sites/default/files/publications/digital-microtargeting.pdf.
- Klaukka G., Staak S. Van der, Valladares J., *The changing nature of political parties and representation*, [w:] *The Global State of Democracy. Exploring Democracy's Resilience*, Sztokholm 2017.
- Klingeren M. van, Orozco M., Spanje J. van, Vreese C. de, *Party financing and referendum campaigns in EU Member States*, Amsterdam 2015, [europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/519217/IPOL_STU\(2015\)519217_EN.pdf](http://europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/519217/IPOL_STU(2015)519217_EN.pdf).
- Kosiński M., Lakkaraju H., Leskovec J., Wang Y., *Mining Big Data to Extract Patterns and Predict Real-Life Outcomes*, «Psychological Methods» 2016, vol. 21, nr 4.
- Krasnowolski A., *Koncepcje systemów wyborczych*, Warszawa 2010, www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/90/plik/ot-578-2.pdf.
- Kuciński J., *System rządów Rzeczypospolitej Polskiej w świetle Konstytucji z 1997 r. (Prolegomena)*, «Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego – Seria prawnicza» 2016, nr 94 (Prawo 19).

- Lijphart A., *Presidentialism and Majoritarian Democracy: Theoretical Observations*, [w:] G. Szoboszlai (red.), *Democracy and Political Transformation. Theories and East-Central European Realities*, Budapeszt 1991.
- Merrill J.B., *How to Wrestle Your Data From Data Brokers, Silicon Valley — and Cambridge Analytica*, propublica.org/article/how-to-wrestle-your-data-from-data-brokers-silicon-valley-and-cambridge-analytica.
- O'Connor N., *Reforming the U.S. Approach to Data Protection and Privacy*, www.cfr.org/report/reforming-us-approach-data-protection.
- Quermonne J.-L., *Les régimes politiques occidentaux*, Paryż 2000.
- Solove D.J., *A Taxonomy of Privacy*, «University of Pennsylvania Law Review» 2006, vol. 154, nr 3.
- Stelmach A., *System partyjny*, [w:] A. Stelmach, S. Zyborowicz (red.), *Współczesne instytucje polityczne Polski*, Poznań 1993.
- Świeca J., *Współczesne systemy demokratyczne, Część I*, Kielce 2003.
- Vile M.J.C., *Constitutionalism and the Separation of Powers*, Indianapolis 1998.
- Żukowski A., *Dylematy wyboru systemu wyborczego we współczesnych demokracjach – kontekst ordynacji do Sejmu i Senatu RP*, «Studia Wyborcze» 2010, t. IX.